

“访谈式纪录片”栏目策划初探 ——兼论武汉电视台《一诺千金》《假如我是……》栏目策划*

丁海

(武汉电视台 湖北 武汉 430022)

摘要:文章以武汉电视台新闻综合频道《一诺千金》《假如我是……》栏目为例,通过分析该栏目的定位、收视表现、受众结构等,阐述“访谈式纪录片”栏目的三原则,即坚守栏目定位,拓展选题思路;积极营造第二现场,追求访谈环节的多样化表现;忠实记录现场,完善外采环节。

关键词:访谈纪录片;电视栏目策划;《一诺千金》栏目;《假如我是……》栏目

DOI: 10.3969/j.issn.1672-9846.2014.04.010

中图分类号: G222.3

文献标志码: A

文章编号: 1672-9846(2014)04-0041-06

2013、2014 这两年是武汉广电改革、发展、创新之年。沉寂近 10 年的武汉电视银屏八大频道相继推出了一系列观众喜闻乐见的原创电视栏目,在抢占主流主阵地、引领舆论导向、丰富文化生活以及稳定提升收视率、收视市场份额等方面颇有斩获,为赢得更为广阔的社会效益、经济效益空间,夯实了基础。作为武汉电视旗舰频道的新闻综合频道在 2013 年早春季就谋划创新,以开发原创的“访谈式纪录片”栏目为突破口,大力实施节目样态革新的举措。武汉广电新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”栏目,以相互穿插的外景记录片段和演播厅访谈内容为架构,定位于“夹叙夹议”的体裁取向,以具象化的矛盾冲突事例为切入点构建新颖的节目形态,并先后于 2013 年 5 月 13 日和 2013 年 9 月 7 日推出两档“访谈式纪录片”栏目:《一诺千金》和《假如我是……》。两档栏目的推出,迅速扭转了新闻综合频道同时段收视率长期在 1.0 以下徘徊的低迷状况,《一诺千金》收视率开播即超过 1.57,第二期超过 1.82,此后逐级攀升;《假如我是……》收视率更是

开播即达到 1.99,两档栏目的顺利开播对新闻综合频道晚间节目收视率较大幅度的提升起到了决定性作用,这也使得“访谈式纪录片”栏目这一原创电视栏目样态构想顺利实行,同时为整个武汉广电改革、发展、创新注入了活力。截止 2013 年年底,《一诺千金》栏目已被国家新闻出版广电总局评为“2013 中国电视媒体影响力城市台品牌十强第一名”,《假如我是……》栏目也被中国电视艺术委员会评为“全国广播电视城市台原创节目 20 强”等一系列荣誉称号。这些正说明了武汉广电新闻综合频道以“访谈式纪录片”栏目为突破口开展的一系列业务革新已经被行业主管部门、业界权威专家和广大新闻受众所接受。

一、访谈式纪录片的片种特征

纪录片是以真实生活为创作素材,以真人真事为表现对象,并对其进行艺术加工与展现,以展现真实为基础,并用真实引发人们思考的影视艺术形式。1895 年法国路易·卢米埃尔拍摄的《工厂的大门》《火车进站》等实验性电影,都属于纪录片的性质。中国纪录片的拍摄始于 19 世纪末

*收稿日期:2014-06-02

作者简介:丁海(1973-),男,江苏南京人,武汉电视台《假如我是……》栏目制片人,主要从事电视节目编导工作。

和20世纪初,第一部是1905年的《定军山》。最早的一些镜头,包括清朝末年的社会风貌,八国联军入侵中国的片断和历史人物李鸿章等,由外国摄影师拍摄。

传统学院派把纪录片分为四大类型,同时也是四大发展阶段。这四大类分别是:以画外音加解说为特征的“格里逊式”纪录片;捕捉日常生活未经修饰的事件场面,拍成纪录片,以“所见即所得”理念定位的“真实电影”式纪录片;将被摄者或解说员、主持人直接面向观众讲话,并结合会见采访的“访谈式纪录片”以及上世纪90年代在美国出现的把叙述者的议论混杂在访问会见之中,又使制片人的画外音同屏幕上的字幕相结合,来直截了当地表达作者观念的“个人追述式”纪录片。

学院派定义的“访谈式纪录片”最早在美国一些女权主义的纪录片中采用。访谈式纪录片的长镜头拍摄和实况效果声,体现了作品“照像”的本性和“摄影形象本体论”的美学原则。访谈式纪录片的当事人,直接向观众叙述,避免了编导的介入,作品使人感到公正、客观、可信。在传统的“访谈式纪录片”中,语言成了主要的表现手段。

武汉广播电视台新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”从体裁分类的意义上来说隶属于纪录片范畴,但它与传统学院派定义的“访谈式纪录片”有较大的不同。首先从内容上它明确强调“对抗性”和“冲突性”,强调新闻时效性原则,从新近发生的对抗性事件矛盾冲突点切入,展示与栏目主旨定位相关的话题和资讯信息。其次从结构形式上来说,武汉广播电视台新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”围绕一定主题,以三分之一的主持人和嘉宾访谈作为全片支架,以三分之二的故事性的纪实镜头为基本组接,通过访谈环节与纪录环节的交互式展示,实现其基本架构形式。从栏目内容呈递形式上来说,武汉广播电视台新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”既不同于普通新闻资讯类节目的单方面信息传播,也不同于传统纪录片的全景式表达,它强调冲突性和对抗性,这样的冲突和对抗应该在外景纪录以及演播厅对话沟通,甚至是点位碰撞中得以彰显。综上所述,作为一类新颖的“访谈式纪录片”栏目,必须依据其独特的片种类型、栏目定位等特色进行深度策划,组建专业策划班底,在栏目中每一期节

目选题确定前,坚持策划先行意识,在外采操作过程中以及演播厅访谈环节落实策划理念,在审片环节应检测策划方案的实施效果,在收视反馈调查环节为策划方案的进一步改进和调整寻找到更为有效的突破口。明确栏目定位、收视现状以及栏目覆盖观众的年龄、收入结构是开展栏目策划的前提条件。本文将从这三个方面对武汉广播电视台运行中的《一诺千金》和《假如我是……》两档访谈式纪录片进行分析。

二、栏目定位

《一诺千金》是国内首档电视访谈纪录类栏目,它在观众对新闻事件深度期待和社会诚信逐渐式微的双重背景下诞生,引导观众对公共话题的关心关注和对诚信价值的高度期许。每周一至周五晚8点档播出。

《一诺千金》主题词是诚信,取意“楚人重然诺,一诺千金”的悠久传承,针砭诚信缺失,倡导一诺千金。在节目构架上,《一诺千金》在《十大突出问题承诺整改电视问政》的基础上进行扩容,突破政民对话,将触角延伸到社会生活的方方面面,涉及情感、商业、教育、医疗、政务五大领域;在访谈形式上,不再是问责,而是突出“问”“诺”“谏”,不仅反映问题,提出质疑,更助力问题解决,打通心结、凝聚共识;在节目内容上,每期一个侧重点,选取热门话题,用纪录片式的镜头语言表述新闻事件,并邀请嘉宾对事件进行全方位的深度解析,营造和谐、平等的辩论语境,共同呼唤社会诚信。

按照栏目开播前武汉广播电视台编委会的设计,《一诺千金》每期内容各有侧重,从周一至周五分别对应《问情》《问商》《问学》《问医》《问政》,节目时长均为30分钟。开播之初我们根据这个定位策划了一系列的节目。其中围绕《问政》,我们策划了《问诊“黑的乱相”》《直击“挂号难”》等节目;围绕《问商》,我们策划了《汽车保养的糊涂账》《聚焦停车收费乱相》《救救青蛙》等节目;围绕《问学》,我们策划了《高校教室?黑网吧》《当性侵害发生以后》等节目;围绕《问医》,我们策划了《冒名就医伤了谁》《精神病人生存现状纪实》等节目;围绕《问情》,我们策划了《婚恋交友陷阱多》《孤残儿童如何有个家》等节目。从播出效果来看,新闻综合频道同时段收视率相比栏目推出前翻番,同时在业界也产生了较大的影

响,新华通讯社、《光明日报》社等媒体纷纷与武汉广播电视台及新闻综合频道联络,主动要求宣传《一诺千金》播出的节目内容,其中《光明日报》全文转载了《救救青蛙》节目的文字稿件。

在《一诺千金》试水获得认可后,武汉广播电视台新闻综合频道又开始筹备第二档访谈式纪录片栏目,依据《电视问政》预演中选派记者模拟扮演被问政对象,揣摩被问政对象心理状态回答主持人提问这一环节,武汉广播电视台台长、总编辑顾一兵提出谋划开办访谈式纪录片栏目《假如我是……》的构想,由于思路明确,构想提出后仅仅用了20天时间,第二档访谈式纪录片栏目得以顺利开播。

《假如我是……》栏目定位是:以新发生的冲突性事例为切入点,将冲突性事件所反映的社会问题作为主题,紧紧围绕这一主题,通过角色互换,典型化的矛盾集中展现,让矛盾的双方能在角色换位的体验中引发换位思考和换位表达,从而达到促进理解、谅解,促进社会和谐的目的。

《假如我是……》栏目的特点是:一是形式简洁,阐述了以主持人和冲突事件双方的现场访谈,用纪录片的方式将冲突事件双方互换角色后进行体验的过程予以呈现,二是主题为新近发生的热点事件,观众关注度较高;三是每期都向社区居民征集角色的体验者,让观众直接参与;四是用交互式的真实体验诠释观点,胜于简单的说教,更能被观众所接受。

《假如我是……》栏目播出时间:每周六晚上八点十三分。时长:三十分钟。栏目遵循“策划选题的新闻性、交锋观点的冲突性、表现手法的多样性”三原则。采取现场直播形态,面向社区居民公开招聘志愿者参与角色互换体验,最大限度给观众以“带入感”。

三、收视表现和观众结构

武汉广播电视台新闻综合频道原创两档访谈式纪录片栏目推出后,迅速得到收视市场的认可。收视率保持在较高水平,开播后截止2014年2月23日平均收视率为1.75%,累计覆盖观众518.36万人,是提高频道收视率的支撑性栏目。

2013年5月13日开始,《一诺千金》在新闻综合频道播出,播出时间段为每周一至周四晚间20:13-20:45,9月6日开始增加周五播出,节目长度30分钟。栏目播出后就受到观众的较高认同,收

视率保持在较高水平,周平均收视率在1.00%-2.50%之间运行。最高收视周为2013年12月30日-2014年1月5日,周平均收视率2.34%,最低收视周为2013年7月1日-7日,周平均收视率1.11%。日最高收视率2013年12月3日的3.03%,日最低收视率2014年1月16日的0.65%。

《假如我是……》栏目自9月7日开始每周六20:13在武汉新闻综合频道播出。截止2014年2月29日共播出了24期。栏目播出后即得到观众认可,开播至今平均收视率为1.52%。观众覆盖率为21.05%,有200多万人收看过该栏目。栏目收视主要分布在1.00%-2.00%之间,单期最高是2013年11月9日的2.53%,最低的是2013年11月2日的0.79%。

从《一诺千金》的观众结构特点来看,观众性别结构女性观众比例高于男性,女性占54.45%,男性占45.55%,女性比男性高出8.9个百分点;《假如我是……》的观众结构男女比例基本持平,分别为49.85%和50.15%。从年龄结构特点来看,《一诺千金》栏目主体观众年龄为25-34岁,占31.69%,次之是45-54岁的观众群,占28.89%;《假如我是……》栏目观众年龄结构中,25-34岁是主体观众,占36.38%。从观众群文化水平结构来看,《一诺千金》栏目主体观众文化程度是初、高中,共占69.22%;《假如我是……》栏目观众群文化水平结构中,初中文化水平观众是第一大群体,占40.49%。从观众群2013年收入水平结构来看,《一诺千金》栏目主体观众收入水平在600元以下、600-1201元、1201-2000元、2001-5000元四个档次的分布基本均匀,分别占20.41%、24.91%、26.71%和26.33%;《假如我是……》栏目观众群从2013年收入水平划分,600元以下占19.30%,601-1200元占28.96%,1201-2000元占25.88%,2001-5000元占24.33%,分布比较均衡。

总体来看,《一诺千金》《假如我是……》两档“访谈式纪录片”栏目的第一观众群体特性是25-34岁、具有初中文化水平、收入水平差异不大和女性比例较高。结合集中度来看,年龄在45-54岁、收入在601-1200元的观众更爱看这两档栏目。

《一诺千金》从开播至2014年2月28日,表现出如下特点:一是栏目推出时机好,节目内容吸引观众,得到观众认可,收视率一直保持在较高水

平运行;二是相对于导入期,发展期收视表现不明显,栏目还有较大的可为空间;三是观众分布比例高的观众也是集中度高的观众,也就是说现在的主体观众对栏目的喜爱度高。要推进收视率的提高,加大宣传、扩大栏目覆盖率是值得尝试的措施之一。

《假如我是……》栏目自开播以来截止2014年2月23日,从其收视率走势和观众结构看,有如下特点:一是栏目播出后就被观众接受,收视率起步就在较高水平;二是观众男女结构平衡,收视主体是初中文化水平、25-34岁的人群;三是播出5个月来,收视率趋势线是一条水平线。

四、现阶段存在的问题

(一)《假如我是……》栏目现阶段存在的问题

武汉广播电视台新闻综合频道原创两档访谈式纪录片栏目《一诺千金》和《假如我是……》,从运行的总体状况来看应该是成功的,但也存在亟待解决的问题。下面列举《假如我是……》栏目2014年3月1日到4月5日播出的六期节目标题,我们可以从中发现问题之所在。

六期内容的标题分别是《求职者与面试官》《宠物美容风波》《的哥与乘客的换位体验》《走近特警》《体验快递员》《泵站抢险体验记》,我们不难看出《假如我是……》栏目存在的最明显的问题就是新闻性、时效性严重不足。除了3月1日播出的《求职者与面试官》节目对应春节后大学生求职高峰外,其他节目都与当时正在发生的社会热点无关,游离于电视观众的兴趣点将对栏目的生存带来致命的损害。

此外作为一档纪录片栏目,《假如我是……》体验纪录内容没能跟踪全程展开纪录,许多时候都是对某一片段时间进行跟踪,显得有些仓促。与此同时《假如我是……》栏目存在的问题还包括声音质量不高、演播背景过于简陋、电视画面角度不丰富等亟待解决的问题。这些问题大多是由于制片人、编导事先策划不到位、思维面不宽、基础技能不够成熟等原因造成的,只有解决好这些问题,栏目才能保证在良性轨道正常运行。

(二)《一诺千金》栏目现阶段存在的问题

《一诺千金》存在的主要问题是现阶段栏目定位、栏目形态有所游移,有的节目选题与栏目主旨无关,甚至是外来包装片填充进《一诺千金》播出时段。下面列举2014年3月24日到4月4日

两周时间里《一诺千金》栏目播发的10期节目,能帮助我们更加客观地分析现阶段《一诺千金》栏目存在的问题。

这两周《一诺千金》栏目的节目播出内容:《广西警察枪杀孕妇》《月子会所的甜蜜隐忧》《逃亡十八年的杀人嫌疑犯》《用生命换来的清白》《高息贷款问题》《直击母亲携子自杀案》《“药”儿园》《发电哥的喜怒哀乐》《府河污染》《落马的“吃喝官员”》。我们不难发现引进节目包装片占了一半,包括《广西警察枪杀孕妇》《逃亡十八年的杀人嫌疑犯》《用生命换来的清白》《“药”儿园》《落马的“吃喝官员”》;另有三篇明显与《一诺千金》栏目定位的“诚信”特质无关,包括《月子会所的甜蜜隐忧》《高息贷款问题》《发电哥的喜怒哀乐》。引进包装节目占比过大,导致栏目原创度被冲淡,这是一档原创栏目面临的最大挑战,栏目定位的游移导致观众收视期待易在无形中流失。

五、策划原则

电视业界谈到策划,大家很容易想到的是电视新闻策划,然而关于新闻策划的概念和范畴长期以来也是众说纷纭,直到上世纪末业界才形成基本的共识。归纳起来可以作这样的表述:所谓“新闻策划”是指对已经发生或将要发生的新闻事件,进行分析、构思,经过反复酝酿、调整,从多个报道方案中优选出最佳报道方案来加以实施,以达到一定的报道目标、实现预期传播效果的过程。武汉广播电视台新闻综合频道开发的“访谈式纪录片”是纪录片的一个分支,从其本质上来说应该具备新闻的属性。根据这一本质属性,这类“访谈式纪录片”应当关注时效,对特定时空内的具有典型意义,或个性化特质的事件、信息、进程更新等内容进行动态捕捉,在观众兴趣点聚集到合适的程度时进行梳理整合并发出媒体的声音。与此同时,纪录手法是“访谈式纪录片”信息呈递的基本方式,也是这一片种区别于其他新闻深度报道的重要个性。这一新闻深度报道片种特征要求这类“访谈式纪录片”创作人员擅于采集事件现场、信息更新进程中能够有效表达创作人员创作意图的典型片段、同期声以及自然音效,并根据创作意图、主旨要求,将上述三元素通过有机整合进行有效呈递,从而起到影响电视受众信息判断力,乃至参与社会公众生活的作用。影响力

的大小以及参与程度的深浅,应依据其传播效果,也就是每期节目获得的收视率及其占有的收视市场份额来考量。下面以《一诺千金》和《假如我是……》为例,简述其策划原则,供制片人、编导、专职策划人员提供参考。

(一) 坚守栏目定位,拓展选题思路

《一诺千金》主题是诚信,诚信话题触角涉及社会生活的方方面面,其中情感、商业、教育、医疗、政务五大领域,是眼下市民百姓关注度较高的诚信话题,也是容易出现失信的重点风险领域。《一诺千金》应重点关注其栏目宗旨定位所涵盖的相关内容,同时对失信给授信方造成的影响进行报道和反映,探讨民生问题,维护民生权益,以贴近性赢得普通市民群体的尊重和关注,发挥舆论监督影响社会生活的能动作用。

《假如我是……》以“换位体验,换位思考”为栏目特色,是国内首档自我调解类栏目。基于栏目定位,《假如我是……》应以具体时空内发生的矛盾冲突为切入点,关注群体矛盾的对位化表达。通过矛盾双方点对点的冲突,展示共性矛盾的个体落位。在此基础上寻求机缘,促使双方相互体验对方生存状态和心态历程,通过互换体验,在和谐共识的基础上实现矛盾冲突的调解。按照当初主创人员的设定,《假如我是……》栏目是以行政机关公务员,包括局长、市长在内的行政决策者体验市民生活,体验民生难题;普通市民体验决策者行政过程,通过行政决策者与普通市民的换位体验,促进行政行为对应双方彼此体谅,改进城市管理工作局面,提升城市生活的品质。然而在实践过程中,作为一档周播固定栏目要在每一期节目中都按照这一思路来操作,现阶段的确有较大的难度。为此,我们在保持栏目原创构想和基本形态不变的基础上,积极拓展报道思路,把行政行为对应双方的换位延伸到社会不同阶层、不同职业、不同性别、不同角色之间的互换体验,促进各类矛盾冲突的内源化自我调解。

(二) 忠实记录现场,完善外采环节

武汉广播电视台新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”栏目——《一诺千金》和《假如我是……》与传统学院派定义的“访谈式纪录片”(此类栏目包括凤凰卫视的《锵锵三人行》等等,通过记录访谈过程,完成整部纪录片的架构)相比,有一个显著的区别,就是它融入了大量的现场纪录

内容。这些纪录内容约占全片篇幅的三分之二以上,如果把一部“访谈式纪录片”比作一栋大厦,那么纪录内容就是构成大厦整体结构的砖石,是访谈话题的源发点。访谈进程中每一个环节、每一段叙述、每一次观点碰撞都必须依据外采记录到的内容来展开。因此“访谈式纪录片”外采记录部分内容应为访谈话题的延伸创造足够的空间。这就要求创作人员精心谋划外采纪录环节的谋篇布局。

根据顶层设计的要求,“访谈式纪录片”栏目应强调冲突性和对抗性,因此外采记录部分内容应该设定为具有多面意义的事件,这样的事件提供给人的应该是发散性的启示,可供社会公众作多样化理解。只有节目编导给主持人提供了具有多面意义的事件纪录过程,演播厅访谈环节嘉宾观点才有可能“各执一词、有章可循”,实现有效的碰撞和冲突。我们以武汉广播电视台新闻综合频道“访谈式纪录片”开山之作《问诊“黑的”乱相》来分析“具有多面意义的事件”这一概念,以便说明“访谈式纪录片”现场纪录环节的取向特色。

这部纪录片反映的“黑的”(非法运营的出租车)问题由来已久,是城市管理问题的顽疾。“黑的”无证经营每年都会产生大量的交通事故和纠纷投诉,影响了社会秩序的稳定,同时也触犯了法律法规。《中华人民共和国道路运输条例》第六十四条明文规定“未取得道路运输经营许可,擅自从事道路运输经营的,由县级以上道路运输管理机构责令停止经营;有违法所得的,没收违法所得,处违法所得2倍以上10倍以下的罚款;没有违法所得或违法所得不足2万元的,处3万元以上10万元以下的罚款;构成犯罪的,依法追究刑事责任。”

“黑的”营运无论从法律、社会公德,还是从文明素质要求来说,都有所违背,因此社会公众对“黑的”营运乱相都是倍加指责。我们的片子如果仅从这一方面来谈,就无法在访谈现场形成冲突和对抗,观点很容易一边倒。我们应该看到,尽管“黑的”营运是违法行为,对社会秩序造成了影响,但它也弥补了客运市场正规运力的不足,特别是在城乡结合部、交通建设薄弱地区,满足了市民出行的需求。我们要根治“黑的”问题,维护良好的社会交通秩序,不能仅仅取缔“黑的”,还应该

进一步壮大正规运力,合理规划布局城市交通。

“访谈式纪录片”访谈环节的话语设计必然要根据现场纪录的内容来延伸和展开,我们在现场拍摄的大量佐证不同观点的画面、同期声,为不同观点的阐述提供了事实依据,为演播厅访谈环节的冲突与对抗提供了事实依据和话题源发点。而外采环节搜集整理的,用以佐证不同观点的画面、同期声必须是对事件现场原生态忠实的纪录。依据这样的纪录展开的观点和判断,才具有更为强大的表现张力和说服力。

(三)营造第二现场,追求访谈环节的多样化表现

针对武汉广播电视台新闻综合频道原创形态的“访谈式纪录片”片种,创作人员习惯上把它分为两个部分,即“现场纪录环节”和“演播厅访谈环节”。这种划分方式从定义上来说非常明确,两大部分各自承担职能,也便于拷贝形态实现规模化生产,确保播出安全。从这个意义上来说,这样的划分无可厚非。但这样的划分也有一个先天的不足,那就是演播厅访谈环节以语言为主,镜头画面单调,内容不够丰富。特别是一些节目的嘉宾话语冲突对抗性不够,则显得篇幅过于冗长,观众观看节目时往往会缺乏耐心。然而如果删掉演播厅访谈内容,三十分钟篇幅全部依靠现场纪录方式来完成,一方面会导致片中模式的原创性受到影响,更重要的是作为常态化节目,特别是《一诺千金》类日播节目(每周五期不同内容,故称“类日播”),由于创作队伍有限,设备资源有限,

很难满足日常精品化播出的需要。因此,立足现实条件,谋划把演播厅访谈环节努力打造成动态的第二现场,丰富演播厅表现形式,是“访谈式纪录片”提升影响力的一条出路。

2014年4月5日《假如我是……》栏目播出的《走近特警》这期节目中,我们就作了这方面的尝试。与常规节目不同的是,我们在演播厅访谈环节省略了大段的观点评说,加入了演播厅现场演示的内容。这些内容包括男特警力量的展示、女特警传授“防狼术”等等,这期节目中演播厅元素不仅为观点碰撞提供了场地,更重要的是它成为承载现场动态记录内容的平台,演播厅内容可听更可观赏。节目播出后产生了较好的社会反响。

武汉广播电视台新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”节目形态,是电视节目内容改革的一次有益尝试,根据这一片种思路原创的《一诺千金》和《假如我是……》两档栏目开播后,都产生了较好的社会效应,收视率短期内迅速拉高,这说明了“访谈式纪录片”节目形态是成功的。目前,由于客观上受到收视市场生态环境的影响;主观上受到新闻性、时效性不足,节目内容游离于电视观众的兴趣点,纪录过程仓促,引进包装节目占比过大,栏目原创度被冲淡等因素的影响,收视率和市场份额有所下滑。我们相信在加强策划,坚守栏目定位,拓展选题思路,精心谋划纪录环节,倾力打造演播厅第二现场的基础上,武汉广播电视台新闻综合频道原创的“访谈式纪录片”节目形态仍然大有潜力。

多层次交通体系助推城市群发展

据中国交通新闻网消息,2014年12月15日至16日,交通运输部与世界银行在北京联合举办城市群综合交通运输发展政策研讨会。本次研讨会主要围绕城市群综合交通运输发展政策与国际经验、城市综合交通运输发展存在的主要问题与对策两大议题进行了深入探讨和交流。

会上,交通运输部综合规划司副巡视员顾霞表示,“十二五”以来,交通运输行业集中力量加

快推进综合交通、智慧交通、绿色交通、平安交通“四个交通”发展,实现了稳中有进、稳中向好的良好发展局面。预计到“十二五”末,将初步形成网络设施配套衔接、技术装备先进适用、运输服务安全高效的综合交通运输体系。

世界银行中国局首席交通专家任斌认为,今后,城市群应朝着多种交通方式相融合的方向发展,建立多层次交通体系助推城市群发展。